



Descoberta das necessidades das empresas

Uma vez que o aluno já tenha definido o plano de ação e desenvolvimento nas aulas anteriores, estará pronto para abordar as empresas nas quais gostaria de trabalhar, buscando as vagas específicas que mais se adequam às suas preferências e competências essenciais.

Por outro lado, as empresas estão buscando profissionais que se adequem às suas necessidades. Que agreguem valor, aportem conhecimento (técnicos e comportamentais) as equipes, e que tragam os resultados esperados, normalmente em curto espaço de tempo. Mas quais são os critérios, as avaliações e a lógica que move estas empresas na seleção de seus profissionais? Normalmente as empresas estabelecem um perfil de conhecimentos, experiências, competências e comportamentos para "definir" o profissional mais adequado para um determinado cargo.

Outra questão importante – há sempre vagas disponíveis que se adequem ao desejo do profissional? Nem sempre, e, portanto, é importante que se criem oportunidades de carreira de maneira eficaz.

Um profissional deve buscar oportunidades para sua promoção ou recolocação, e para tanto, além de se inscrever para todas as vagas disponíveis, deve pesquisar as suas empresas alvo e buscar possíveis contatos, listar e acionar sua rede de relacionamentos, pesquisar o mercado, prospectar, para que, no eventual surgimento da posição desejada, seja imediatamente considerado no processo. Deve também estar visível e disponível procurando participar em eventos, cursos e palestras.

A pesquisa do mercado de trabalho é uma atividade indispensável. Este tipo de pesquisa toma bastante tempo, exige muita disciplina e persistência. Esta pesquisa de mercado de trabalho deve ser feita em todo momento e em todo lugar; em sites, mídias sociais, jornais, "ba papos", eventos, palestras, feiras, cursos, almoços, cafés-da-manha,

"happy-hours", etc.

O processo se inicia com uma seleção de "fontes de informaç que vão possibilitar que os objetivos de trabalho tornem-se concretos. Essas fontes incluem banco de dados, sites, catálogos e diretórios de empresas, anuários, revistas de negócio, jornais, anuários de associações, etc. A melhor fonte, todavia, é a "mídia" de notícias. Procure por notícias sobre economia, produtos, pessoas, tendências. A fase de busca de "Fontes" inclui informações sobre pessoas que direta ou indiretamente tem algo que pode ajudar na direção do "emprego-alvo (projeto)". Para cada caso e cada emprego-alvo (projeto), deve-se selecionar os meios e métodos mais adequados. Verifique as fontes mais adequadas.

Procure se informar sobre atualidades, novos artigos, notícias econômicas, notícias de empresas, notícias relacionadas com o campo de interesse.

Quando estiver lendo sites/anuários/revistas de associações e órgãos de classe fique atento para convenções, feiras e encontros comerciais. É muito importante buscar participar.

As mídias sociais são excelentes fontes de busca de oportunidades e informações. Podem servir de guia para descobrir-se qual é a estratégia de uma empresa e, portanto "inferir-se" que outras necessidades vão existir. Podem também servir de assunto para um contato com alguma pessoa conhecida na empresa e a partir daí conseguir novas informações sobre outras oportunidades existentes ou potenciais, ou outras sugestões.

Cada negócio, cada "profissão", cada setor possui suas próprias publicações e sites especializados. Elas registram os eventos e as tendências atuais de um particular setor, além de prover uma extensa gama de informações sobre "organizações" e indivíduos. Algumas também possuem classificados de oportunidades de emprego. Procure os artigos sobre novidades (produtos, técnicas, canais de distribuição) e sobre novas tendências. Normalmente eles "abrem" uma série de novas oportunidades. Aproveite para aprender o "jargão" atual da profissão ou setor. Será muito útil, no momento das entrevistas, estar-se atualizado com os assuntos e as "palavras" corretas. Busque as referências, livros e artigos sobre os assuntos do "emprego-alvo (projeto)". Anote os nomes das pessoas que escrevem artigos que achou interessante. Tente entrar em contato com eles.

Esteja atento às “propagandas” de novos produtos. Caso estejam relacionados com seus interesses, anote e inclua a empresa p tora na lista de seus empregadores potenciais.

Outra excelente fonte são pessoas que podem transmitir informações que auxiliem na descoberta de nomes de empresas ou de pessoas de direção no setor do “emprego-alvo (projeto)”. Quando agrupadas, estas informações formam uma lista de pessoas que podem ser agregadas a sua “rede de contatos". É o velho jogo do “quem você conhece que conhece alguém, que conhece alguém…”. Esta categoria de pessoas inclui:

- Parentes, próximos ou distantes.
- Sócios ou parceiros de clube ou de “jogo”
- Ex-professores e antigos colegas de escola
- Profissionais: advogados, médicos, contadores, gerentes de banco, corretores, dentistas, etc.
- Companheiros de trabalho ou ex-chefes
- Antigos clientes ou contatos comerciais
- Contatos de associações de classe ou profissão
- Contatos de amigos de Igrejas, organizações comunitárias locais
- Fornecedores locais
  e vários outros que você puder imaginar

Ferramenta-exercício: Carta de você daqui a 10 anos para o você de hoje.

Conte quais foram as decisões e estratégias que você usou para chegar lá aonde chegou.

Referência Bibliográfica

GUIMARÃES, G. Liderança Positiva. São Paulo: Évora, 2012.
DRUCKER, P. Desafios gerenciais para o século XXI. 8ed. Sã ulo: Pioneira, 2001.
CLAVIER, Dominique; DI DOMIZIO, Annie; PELLETIER, Denis. Accompagner sur le chemin du travail: de l'insertion professionnelle à la gestion de carrière. Septembre éditeur, 2007.
CLAVIER, Dominique. Quelle pratique pour le Bilan de compétences?. Carriérologie, Revue francophone internationale, v. 8, n. 3, 2002.
LIMOGES, Jacques et al. Stratégies de maintien au travail. Sainte-Foy: Septembre, 2001.

Ir para exercício